



## ANALISIS PERAN LITERASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN INTENSI BERWIRAUSAHA DIGITAL: SEBUAH KAJIAN LITERATUR

Roudotul Faikha<sup>1\*</sup>, Eka Indah Nurlaili<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Negeri Surabaya

Email: [roudotul.21054@mhs.unesa.ac.id](mailto:roudotul.21054@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>, [ekanurlaili@unesa.ac.id](mailto:ekanurlaili@unesa.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstract

*This study aims to explain the findings of research that analyzes how digital literacy affects the intention to become a digital entrepreneur. This study is a qualitative study using the Systematic Literature Review (SLR) method. Several articles with a period of five years (2015 - 2024) that have been collected from Google Scholar, Research Gate, Scopus, Emerald, and other supporting sources are selected using the PRISMA SLR method and grouped according to the focus of the theme. The results of the study indicate that digital literacy has an important role and positive impact in increasing entrepreneurial intentions because it can provide an understanding of the basics of starting a business and inspire or develop entrepreneurial ideas, which will make the younger generation more creative and innovative.*

**Keywords:** Digital Literacy, Digital Entrepreneurial Intention, Systematic Literature Review, PRISMA SLR.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan temuan penelitian yang menganalisis bagaimana literasi digital mempengaruhi niat untuk berwirausaha digital. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR). Beberapa artikel dengan kurun waktu lima tahun terakhir (2015 - 2024) yang telah dikumpulkan dari *Google Scholar*, *Research Gate*, *Scopus*, *Emerald*, dan sumber lain yang mendukung dipilih melalui metode PRISMA SLR dan dikelompokkan sesuai dengan fokus tema. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital memiliki peran penting dan dampak positif dalam meningkatkan intensi berwirausaha karena dapat memberikan pemahaman tentang dasar-dasar memulai usaha serta menginspirasi atau mengembangkan ide-ide kewirausahaan, yang akan menjadikan generasi muda lebih kreatif dan inovatif.

**Kata kunci:** Literasi Digital, Intensi Berwirausaha Digital, Tinjauan Literatur Sistematis, PRISMA SLR.

---

## PENDAHULUAN

Saat ini, jumlah penduduk Indonesia sekitar 282,48 juta jiwa. Persaingan di dunia kerja yang semakin ketat tidak sebanding dengan jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia, sehingga tingkat pengangguran di Indonesia masih tergolong tinggi. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Agustus 2024 sebesar 4,91 persen (Badan Pusat Statistik, 2024). Hal ini menyebabkan munculnya berbagai masalah ekonomi yang berdampak buruk pada masyarakat, termasuk penurunan produktivitas, pendapatan, kesejahteraan, dan kualitas hidup. Dampaknya antara lain adalah tingginya angka kemiskinan, kejahatan, ketimpangan sosial, serta penurunan pertumbuhan ekonomi (Fitriani & Hermawan, 2024). Upaya mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan dapat dilakukan dengan memberdayakan masyarakat melalui pelaksanaan program kewirausahaan atau *entrepreneurship* (Manda & Iskandarsyah, 2012). Dengan begitu, angka pengangguran maupun kemiskinan di Indonesia menjadi semakin berkurang.

Selain itu, dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, peluang untuk menjadi seorang wirausahawan semakin terbuka lebar dan lebih besar. Adapun menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) tahun 2023, terjadi peningkatan jumlah pengguna internet dari 210.026.769 juta jiwa menjadi 215.626.156 juta jiwa sehingga persentase meningkat mulai dari 77,02% menjadi

78,19%. Terjadi peningkatan sebesar 1,17% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2023). Peningkatan jumlah pengguna internet membuka peluang bagi generasi muda untuk membangun usaha yang berkelanjutan, memperoleh informasi dengan lebih mudah dan cepat, serta memperluas jaringan bisnis. Tak hanya itu, teknologi digital khususnya platform *e-commerce* dan media sosial, telah berperan penting dalam mendorong perkembangan kewirausahaan di Indonesia. Melalui platform *e-commerce* dan media sosial, pelaku usaha memiliki kemampuan untuk mencapai pasar yang lebih luas tanpa harus memiliki toko fisik sehingga menjadi lebih efektif dan efisien (Yulita et al., 2023). Kondisi tersebut, memunculkan bentuk kewirausahaan baru yang dikenal sebagai kewirausahaan digital.

Kewirausahaan digital mengubah model bisnis tradisional dan menciptakan peluang baru melalui pemanfaatan teknologi digital (Sitaridis & Kitsios, 2024). Malaysia merupakan salah satu negara yang memanfaatkan kemajuan teknologi ini. Keterampilan kewirausahaan digital diintegrasikan dalam program kewirausahaan oleh kementerian Malaysia untuk mengembangkan kemampuan beradaptasi dengan ide-ide inovatif di pasar saat ini (Gunaseelan et al., 2022). Oleh karena itu, sangat penting untuk memperkenalkan kewirausahaan digital kepada masyarakat Indonesia agar mereka dapat memanfaatkan peluang bisnis yang muncul seiring dengan perkembangan teknologi digital. Dengan demikian, generasi muda juga dapat menyesuaikan diri dengan dinamika pasar dan bersaing di pasar global.

Penelitian ini mengacu pada Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*) yang diperkenalkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1985. Tujuan teori ini adalah untuk memprediksi dengan lebih baik perilaku seseorang. Intensi merupakan representasi kognitif dari kesiapan seseorang untuk berperilaku tertentu. Hal ini dianggap sebagai faktor yang paling mendekati seseorang ke perilaku tersebut (Kusumaningrum & Kusnendi, 2022). Menurut Krueger dalam (Azwar, 2013), niat kewirausahaan menggambarkan tekad individu untuk memulai suatu bisnis baru dan menjadi komponen penting yang harus diperhatikan saat mempelajari proses kewirausahaan, terutama ketika seseorang memulai usaha baru. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan niat berwirausaha karena jika seseorang memilih menjadi wirausaha, kegiatan yang dilakukannya perlu didorong oleh rasa keberanian, ketekunan, serta tekad yang kuat, karena pada dasarnya, berwirausaha selalu terkait dengan ketidakpastian, baik dalam hal kesuksesan maupun kegagalan (Munthe & Nawawi, 2023).

Intensi kewirausahaan digital dipengaruhi oleh berbagai faktor. Namun, dari sekian banyak faktor tersebut, peneliti tertarik untuk mengangkat literasi digital sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi intensi kewirausahaan digital. Menurut Harjono, literasi digital merujuk pada pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman dalam menggunakan teknologi digital secara efektif (Khoiriyah et al., 2022). Menurut Harding dalam (Apidana, 2021), generasi muda yang memiliki tingkat literasi digital yang tinggi cenderung merasa lebih percaya diri dan nyaman dalam menggunakan teknologi. Sebaliknya, generasi muda yang memiliki literasi digital terbatas cenderung

menghindari penggunaan teknologi digital. Selain itu, kewirausahaan di zaman sekarang memerlukan keterampilan serta kreativitas dalam bidang teknologi. Dengan demikian, generasi muda perlu mengembangkan kemampuan dan keterampilan dalam mengakses serta mengoperasikan teknologi digital secara efektif sebagai persiapan untuk menjadi seorang wirausaha.

Upaya yang dapat dilakukan untuk mendorong kewirausahaan muda yaitu melalui pelatihan literasi digital, agar mereka bisa memanfaatkan teknologi dalam bisnis. Selain itu, pemerintah dapat memberi dukungan dengan memberikan subsidi dan insentif untuk pelatihan dan pengembangan usaha kecil (Oktaviani & Meidiyustiani, 2025). Hal tersebut menjadi sangat penting untuk direalisasikan karena kemajuan teknologi terhambat akibat kurangnya literasi digital siswa walaupun jumlah pengguna internet semakin meningkat, dan mayoritas dari mereka adalah remaja (Suparno et al., 2020). Oleh karena itu, penting untuk memberikan generasi muda pelatihan dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi digital.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini yaitu bagaimana peran literasi digital dalam meningkatkan intensi berwirausaha digital?. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan kajian literatur dengan judul “Analisis Peran Literasi Digital Dalam Meningkatkan Intensi Berwirausaha Digital Melalui Analisis Tinjauan Pustaka”.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Literasi Digital**

Literasi digital didefinisikan oleh Hague (2010) sebagai kemampuan untuk menghasilkan dan berbagi sesuatu dengan berbagai cara, seperti membuat, berkolaborasi, berkomunikasi, dan mengetahui kapan dan bagaimana menggunakan teknologi informasi untuk mencapai tujuan tertentu (Sulianta, 2020). Selain itu Paul Gilster dalam bukunya yang berjudul *Literacy Digital* (1997), yang menjelaskan bahwa literasi digital adalah kemampuan untuk menguasai, memahami, dan memanfaatkan informasi yang tersedia secara efektif dari berbagai sumber dengan memanfaatkan teknologi digital yang dapat diakses dengan mudah melalui piranti komputer (Syafrial, 2023). Selain itu, Paul Gilster juga menyatakan bahwa seseorang yang dapat dikatakan memiliki keterampilan literasi digital harus menguasai 4 (empat) kemampuan inti, yaitu pencarian internet, navigasi *hypertext*, evaluasi konten, dan penyusunan pengetahuan (Sumardin et al., 2022).

### **Intensi Berwirausaha Digital**

Ajzen dalam (Surya et al., 2024) mendefinisikan intensi sebagai suatu tanda kesiapan individu untuk menunjukkan perilaku serta pertimbangan terkait tindakan yang telah dilakukan oleh individu. Adapun pendapat Carsrud & Brannback dalam (Asmawiyah, 2021) intensi berwirausaha merujuk pada keinginan untuk memulai sebuah usaha dan menciptakan bisnis baru. Adanya kemajuan dalam

bidang teknologi digital mengakibatkan pergeseran bisnis sehingga memunculkan bisnis digital. Menurut pendapat Yaghoubi Farani dalam (Sidupa & Saino, 2024) menjelaskan bahwa intensi berwirausaha digital merupakan niat seseorang untuk memulai bisnis dengan menggunakan teknologi. Oleh karena itu, sangat penting bagi para wirausaha untuk memiliki keterampilan digital dan memahami bagaimana digitalisasi digunakan dalam suatu bisnis.

## METODE PENELITIAN

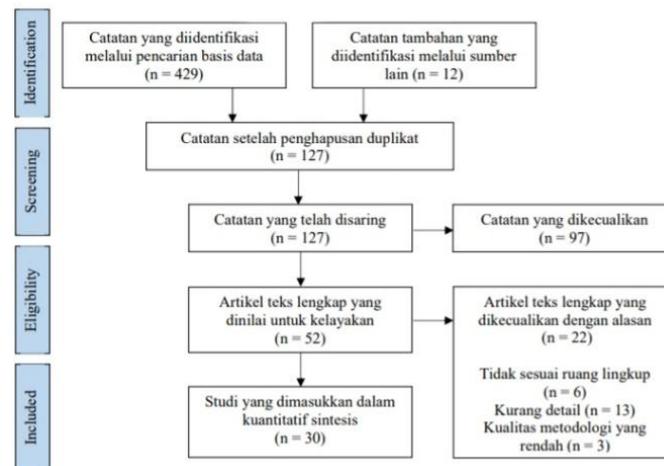
Penelitian ini menggunakan pendekatan SLR (*Systematic Literature Review*), juga dikenal sebagai tinjauan pustaka sistematis yang dilakukan dengan mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menginterpretasikan temuan penelitian yang terkait dengan topik untuk menjawab pertanyaan penelitian sebelumnya. Analisis penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif. SLR (*Systematic Literature Review*) terdiri dari tiga tahap pelaksanaan, yaitu perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*conducting*), dan pelaporan (*reporting*) (Tumurang, 2024). PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta Analyses*) merupakan metode SLR yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dijelaskan dengan mudah melalui diagram alur yang menunjukkan proses seleksi artikel sesuai tahapan secara objektif dan jelas (Ardyan et al., 2023). Berikut merupakan tabel tahapan pengumpulan data pada SLR menggunakan metode PRISMA.

Tabel 1. Tahapan Pengumpulan Data Pada SLR Menggunakan PRISMA

<b>Tahapan</b>	<b>Deskripsi</b>
<i>Identification</i>	Mencari referensi artikel dari basis data jurnal ( <i>SCOPUS, Web of Science, Google Scholar</i> ) yang relevan dengan topik penelitian.
<i>Screening</i>	Menyaring artikel yang ditemukan berdasarkan kriteria tertentu seperti duplikat, bahasa, bidang penelitian, jenis penelitian, dan lainnya.
<i>Eligibility</i>	Memilih artikel yang memenuhi syarat untuk direview sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti.
<i>Included</i>	Mengambil informasi-informasi yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian dan mengintegrasikannya dengan literatur lain. Hal ini dapat dilakukan secara kuantitatif maupun kualitatif.

Sumber : (Suhartawan et al., 2024)

Oleh karena itu peneliti melakukan beberapa tahapan diantaranya yaitu mencari artikel yang didapatkan dari *Google Scholar, Research Gate, Scopus, Emerald* maupun sumber-sumber yang mendukung, kemudian, memilih literatur yang relevan dengan penelitian, melakukan pengelompokan berdasarkan fokus kajian dan menjelaskan mengenai hasil dari penelitian SLR. Proses tersebut digambarkan secara rinci oleh peneliti melalui diagram dibawah ini.

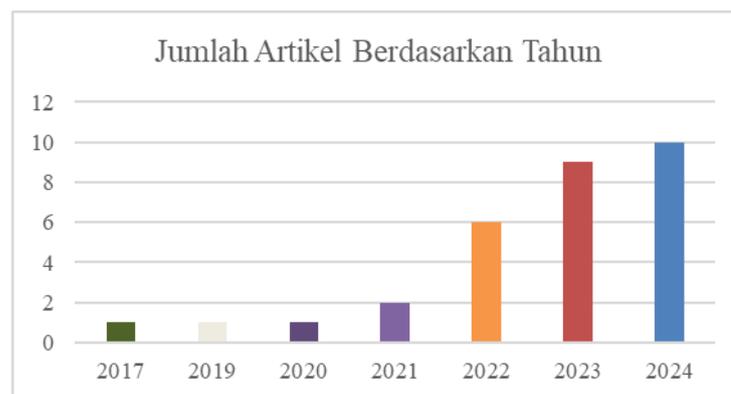


Gambar 1. Diagram Ilustrasi Proses SLR Pada Penelitian

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2025)

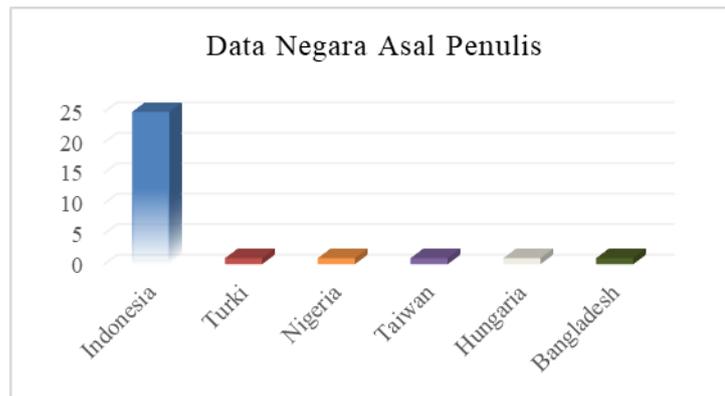
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pada pencarian yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat 30 artikel yang ditemukan oleh peneliti untuk dikaji secara menyeluruh serta memastikan kesesuaian tema dari jurnal tersebut. Penelitian ini berfokus pada literasi digital untuk meningkatkan intensi berwirausaha digital. Berikut ini merupakan hasil klasifikasi artikel berdasarkan tahun.



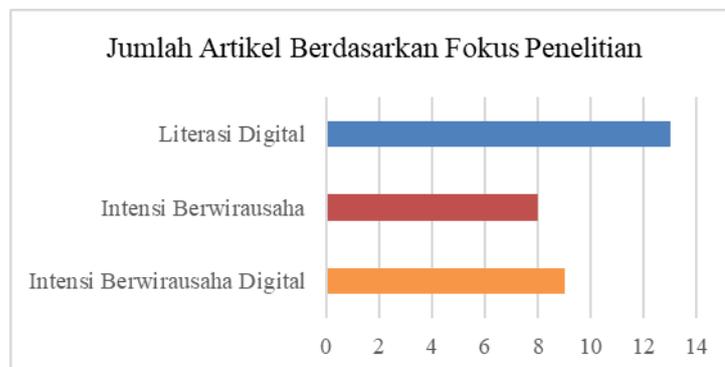
Gambar 2. Jumlah Artikel Berdasarkan Tahun

Berdasarkan pada Gambar 2. Dapat disimpulkan bahwa selama 10 tahun terakhir dimulai dari tahun 2015-2024, penelitian mengenai literasi digital untuk meningkatkan intensi berwirausaha digital mencapai angka tertinggi pada tahun 2024 yaitu sebanyak 10 penelitian. Namun, pada tahun 2015, 2016 dan 2018 peneliti tidak menemukan adanya penelitian yang membahas mengenai mengenai topik tersebut. Meskipun demikian, terjadi peningkatan penelitian yang membahas mengenai literasi digital untuk meningkatkan intensi berwirausaha digital di setiap tahunnya.



Gambar 3. Data Negara Asal Penulis

Selain itu, pada Gambar 3. Merupakan data negara asal penulis dari artikel yang didapatkan. Penulis terbanyak didominasi oleh negara Indonesia yaitu berjumlah 25 artikel lalu, pada posisi selanjutnya berasal dari negara Turki, Nigeria, Taiwan, Hungaria dan Bangladesh yang masing-masing berjumlah 1 artikel. Selanjutnya, disajikan mengenai beberapa fokus kajian pustaka pada penelitian ini yang membahas mengenai literasi digital, intensi berwirausaha dan intensi berwirausaha digital. Sehingga, memudahkan bagi peneliti untuk mengetahui peran literasi digital dalam meningkatkan intensi berwirausaha digital.



Gambar 4. Jumlah Artikel Berdasarkan Fokus Penelitian

Berdasarkan Gambar 4. Diketahui bahwa terdapat 13 artikel yang berfokus pada literasi digital, sedangkan intensi berwirausaha berjumlah 8 artikel dan intensi berwirausaha digital berjumlah 9 artikel. Adapun 30 artikel yang telah didapatkan, diuraikan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 2. Pembagian Fokus Penelitian

Fokus Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Literasi Digital	(Apidana, 2021)	Kuantitatif	Literasi digital tidak memberikan dampak signifikan terhadap keinginan berwirausaha di kalangan mahasiswa di Kabupaten Banyumas.
	(Dana & Kadeni, 2023)	Kuantitatif Analisis Regresi Linier Berganda	Literasi digital tidak berpengaruh terhadap niat berwirausaha.
	(Tristianto & Noviani, 2024)	Analisis Statistik Deskriptif,	Terdapat pengaruh variabel literasi digital terhadap niat berwirausaha digital di

		Pendekatan Kuantitatif	kalangan mahasiswa FKIP Universitas Sebelas Maret.
	(Nuraida et al., 2020)	Kuantitatif	Literasi digital tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berwirausaha di kalangan mahasiswa Universitas Jambi.
	(Hasanah & Setiaji, 2019)	Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Regresi Linier Berganda	Literasi digital berpengaruh terhadap niat mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang untuk berwirausaha dalam bidang <i>e-business</i> .
	(Funda & Ali, 2017)	Kuantitatif	Literasi digital berpengaruh positif signifikan terhadap niat untuk berwirausaha di internet.
	(Khoiriyah et al., 2022)	Analisis Statistik Deskriptif, Pendekatan Kuantitatif	Literasi digital mempengaruhi intensi berwirausaha <i>e-business</i> .
	(Suryani & Chaniago, 2023)	Analisis Statistik Deskriptif, Pendekatan Kuantitatif	Literasi digital memiliki efek positif terhadap niat mahasiswa vokasi jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bandung untuk berwirausaha.
	(Onwubuya & Odogwu, 2023)	Desain Survei Kuantitatif Diadopsi	Literasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa jurusan pendidikan bisnis di perguruan tinggi.
	(Ip, 2024)	Metode survei kuantitatif diadopsi.	Literasi digital dianggap penting untuk menumbuhkan niat dan perilaku wirausaha sosial.
	(Rahmah & Gufon, 2023)	Analisis Statistik Deskriptif, Pendekatan Kuantitatif	Literasi digital tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk berwirausaha.
	(Bastomi et al., 2023)	Kuantitatif, Pendekatan Eksplanatori.	Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara literasi digital dan niat untuk berwirausaha di bidang digital.
	(Fahmi et al., 2023)	Kuantitatif	Literasi digital memiliki nilai positif variabel niat berwirausaha digital. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital dapat mempengaruhi niat untuk menjadi wirausaha digital.
Intensi Berwirausaha	(Maudina, 2022)	Kuantitatif Analisis Regresi Linier Berganda	Literasi digital memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap intensi berwirausaha siswa.
	(Inanna et al., 2023)	Kuantitatif	Literasi digital mempengaruhi niat berwirausaha di kalangan generasi milenial di Kabupaten Gowa.
	(Heriyani, 2024)	Kuantitatif, Metode Survei	Literasi digital memberikan pengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Universitas Jambi.

	(Emilia & Paramitasari, 2023)	Kuantitatif	Literasi digital memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap niat untuk berwirausaha.
	(Rojoki Manullang & Waspada, 2022)	Kuantitatif Analisis Regresi Linier Berganda	Literasi digital mempengaruhi niat berwirausaha di kalangan peserta didik.
	(Maudina et al., 2020)	Kuantitatif	Literasi digital memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap niat berwirausaha siswa.
	(Mustain et al., 2023)	Kuantitatif	Literasi digital dapat menjelaskan niat untuk berwirausaha.
	(Mulyono et al., 2023)	Analisis Statistik Deskriptif, Pendekatan Kuantitatif	Ada pengaruh literasi digital terhadap niat berwirausaha yang dipengaruhi oleh <i>self-efficacy</i> sebagai variabel perantara..
Intensi Berwirausaha Digital	(Hutagalung & Zahra, 2023)	Metode Survei, Pendekatan Kuantitatif	Literasi digital memberikan pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk berwirausaha di bidang digital.
	(Gustmaloe et al., 2024)	Kuantitatif	Literasi digital memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap niat untuk berwirausaha.
	(Basmantra et al., 2023)	Kuantitatif	Literasi digital tidak mempengaruhi niat atau intensi seseorang untuk berwirausaha.
	(Fiorentina & Rindrayani, 2022)	Kuantitatif	Literasi digital memberikan dampak positif yang signifikan terhadap niat berwirausaha di bidang <i>e-business</i> pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung.
	(Laila Arbiah Fajriana & Muhammad Nur Fietroh, 2023)	Kuantitatif, Asosiatif	Literasi digital mempengaruhi niat untuk berwirausaha digital di kalangan UMKM di Kecamatan Sumbawa.
	(Alkhalaileh et al., 2023)	Kuantitatif dan Survei	Literasi digital tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk berwirausaha digital.
	(Maulani et al., 2023)	Kuantitatif, Penelitian Non-Eksperimental atau Survei	Terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi digital dan niat untuk berwirausaha digital.
	(Akhter et al., 2022)	Kuantitatif	Secara signifikan, literasi digital memiliki pengaruh positif terhadap niat mahasiswa untuk berwirausaha di bidang teknologi
	(Mugiono et al., 2020)	Kuantitatif	Literasi digital memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat untuk berwirausaha secara <i>online</i> .

Setelah melakukan analisis pada lima belas artikel tentang bagaimana literasi digital dapat meningkatkan intensi berwirausaha digital, para peneliti menemukan bahwa selain dapat

meningkatkan intensitas berwirausaha digital, literasi digital juga memiliki pengaruh pada peningkatan intensitas berwirausaha digital. Hal tersebut sejalan dengan (Maudina, 2022) yang mengemukakan bahwa siswa yang memperoleh keterampilan literasi digital mungkin meningkatkan keinginan untuk berwirausaha. Hal ini dapat disebabkan oleh kemudahan akses dalam mendapatkan pengetahuan dan keterampilan di internet serta motivasi yang dapat ditemukan oleh siswa melalui media digital untuk meningkatkan keinginan untuk berwirausaha dalam diri mereka sendiri. Selain itu, literasi digital pada siswa SMK terbukti dapat meningkatkan keinginan untuk berwirausaha, melalui literasi digital individu dapat memanfaatkan fasilitas pencarian informasi dengan baik, menggunakan teknologi dan mencari informasi dari berbagai media, berpikir kreatif, berpartisipasi dan berbicara di internet, menyaring informasi yang terpercaya, meminimalisir risiko keamanan siber, dan membuat rencana mereka sendiri (Rojoki Manullang & Waspada, 2022).

Namun, untuk menjadi wirausahawan berbasis internet, seseorang perlu untuk memiliki keterampilan digital tertentu. Hasil penelitian (Funda & Ali, 2017) menunjukkan bahwa keterampilan digital merupakan komponen yang lebih penting dari bisnis berbasis internet. Dengan kata lain, sangat penting bagi calon wirausaha berbasis internet untuk memahami cara menggunakan perangkat digital dan apa arti dari bahasa digital, atau literasi digital. Selain itu, dengan bantuan internet, seseorang dapat dengan mudah menemukan alamat, melakukan transaksi *online*, dan melakukan jual-beli, yang memungkinkan mereka untuk menghasilkan uang dan melakukan pekerjaan dari rumah (Laila Arbiah Fajriana & Muhammad Nur Fietroh, 2023). Sama halnya dengan hasil penelitian (Ip, 2024) yang menyoroti manfaat langsung dari literasi digital, mengingat betapa pentingnya siswa belajar menggunakan media sosial dan perangkat digital untuk berkomunikasi dengan pemangku kepentingan dan membuat keputusan.

Tak hanya pada siswa, literasi digital yang mencakup pengetahuan dan pemahaman tentang penggunaan teknologi digital juga diperlukan bagi mahasiswa yang ingin berwirausaha. Dengan begitu, mahasiswa memiliki kemampuan untuk memahami perkembangan terkini dalam *e-business* dan mendapatkan akses mudah ke dunia wirausaha di era teknologi modern. Oleh karena itu, literasi digital berperan penting dalam mendorong minat mahasiswa dalam berwirausaha *e-business* (Khoiriyah et al., 2022). Seperti yang dijelaskan oleh (Gustmaloe et al., 2024) bahwa mahasiswa yang memiliki keterampilan literasi digital cenderung memiliki keinginan untuk menjadi wirausahawan, dan literasi digital bisa menjadi dasar untuk membentuk sikap yang mempengaruhi perilaku seseorang, sehingga sikap terhadap penerapan literasi digital dalam wirausaha yang baik akan meningkatkan intensitas berwirausaha digital yang tinggi. Selain itu di Bangladesh, faktor-faktor yang mempengaruhi niat wirausahawan terhadap kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa yaitu literasi digital yang memiliki kekuatan dan efek positif yang dapat memprediksi niat wirausahawan terhadap kewirausahaan digital dan memberi mereka kesempatan untuk membangun usaha mereka

melalui platform digital. Sehingga, dapat membantu menciptakan niat wirausahawan dalam berwirausaha digital (Akhter et al., 2022).

Namun, menurut (Apidana, 2021) literasi digital telah ditunjukkan tidak mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa. Ada beberapa alasan mengapa ini tidak mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa salah satunya adalah kurangnya minat mahasiswa dalam berwirausaha, meskipun sebagian besar mahasiswa telah menguasai teknologi. Walaupun demikian, data menunjukkan bahwa mahasiswa merasa siap untuk bekerja. Sejalan dengan pendapat (Dana & Kadeni, 2023) bahwa niat untuk berwirausaha tidak dipengaruhi oleh literasi digital. Menurut teroris, ada beberapa faktor yang mempengaruhi: 1) kurangnya keinginan untuk berwirausaha, meskipun banyak mahasiswa sudah mahir menggunakan media digital; 2) kurangnya ide kreatif untuk membuat produk yang berbeda dari bisnis *online* yang lain; dan 3) kurangnya kemampuan untuk mengoperasikan sebuah aplikasi usaha *online* dan berkolaborasi dengan dua atau lebih aplikasi usaha *online*, yang menyebabkan mahasiswa tidak lagi bersemangat untuk berwirausaha. Meskipun demikian, data yang dikumpulkan menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kemampuan untuk mendirikan perusahaan sendiri.

Hal yang sama juga terjadi di Yordania, yang memungkinkan alasannya karena lebih dari separuh penduduk Yordania berusia 24 tahun atau lebih muda tumbuh di tengah revolusi teknologi yang terkenal, mereka sangat terhubung, berpendidikan, dan memiliki kesadaran global, serta memiliki kesiapan untuk melek digital. Generasi pelajar khususnya mahasiswa biasanya dianggap sebagai penduduk paham tentang teknologi dan digitalisasi. Meskipun generasi digital masih memainkan peran penting dalam menjalankan kegiatan kewirausahaan, niat untuk terlibat dalam kewirausahaan digital mungkin tidak dipengaruhi secara langsung (Alkhalaileh et al., 2023). Begitupun di daerah pedesaan, karena tingkat literasi digital pada wilayah desa masih rendah (Basmantra et al., 2023).

Namun begitu, menurut (Inanna et al., 2023) dampak positif pembelajaran literasi digital terhadap intensi berwirausaha ditunjukkan oleh pandangan generasi milenial bahwa pembelajaran literasi digital dapat memberikan gambaran tentang apa yang diperlukan dalam memulai bisnis dan memunculkan ide-ide bisnis, yang mampu menjadikan generasi milenial menjadi orang yang kreatif dan inovatif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar pemahaman generasi milenial tentang literasi digital, semakin tinggi tingkat pemahaman mereka tentang literasi digital.

Literasi digital merupakan kompetensi digital yang diperlukan untuk berwirausaha digital sehingga seorang wirausahawan digital harus memiliki kemampuan tersebut. Kemampuan untuk menguasai teknologi digital sangat penting karena dengan adanya kekuatan teknologi, akan membangun bisnis digital yang berhasil. Salah satu faktor yang mempengaruhi keinginan seseorang untuk memulai bisnis digital adalah kemajuan teknologi. Di era modern, mendapatkan pengetahuan dan keterampilan baru, terutama literasi digital sangat penting karena, semakin besar keinginan

seseorang untuk mencapai potensinya di dunia digital, termasuk dalam bisnis digital maka, semakin besar pula kemampuan mereka dalam literasi digital (Fahmi et al., 2023).

Hasil penelitian (Bastomi et al., 2023) menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital sangat penting untuk mendorong orang untuk berwirausaha berbasis digital. Literasi digital yang baik memungkinkan orang untuk memperoleh pengetahuan tambahan, menemukan ide untuk bisnis, dan menemukan sumber pembelajaran yang membantu memecahkan masalah. Dalam hal ini, pemerintah, akademisi, dan praktisi dapat memperoleh banyak manfaat dari penelitian minat berwirausaha berbasis digital. Salah satu dampak yang paling penting adalah bahwa penelitian ini diharapkan dapat mempelajari faktor-faktor yang mendukung peningkatan jumlah wirausahawan di Indonesia.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan diskusi dari menganalisis lima belas artikel yang membahas bagaimana literasi digital dapat meningkatkan intensi berwirausaha digital, peneliti menemukan literasi digital memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan minat atau niat untuk berwirausaha di dunia digital sejalan dengan temuan literatur penelitian yang dikaji. Hal ini disebabkan oleh kemudahan akses pengetahuan dan keterampilan di internet, serta motivasi yang dapat ditemukan melalui media digital. Selain itu, individu dapat memanfaatkan fasilitas pencarian informasi, mengoperasikan teknologi, mencari informasi dari berbagai media, berpikir kreatif, berpartisipasi di internet, menyaring informasi terpercaya, mengurangi risiko keamanan siber, dan mampu membuat perencanaan secara mandiri

Hasil literatur penelitian lainnya juga menyatakan bahwa literasi digital tidak mempengaruhi niat untuk berwirausaha. Hal ini disebabkan oleh kurangnya minat individu dalam berwirausaha, meskipun banyak dari mereka memiliki keterampilan media digital, kurangnya ide untuk membuat produk yang berbeda, dan kurangnya kemampuan untuk mengembangkan dan mengoperasikan sebuah aplikasi untuk usaha *online*. Namun, secara keseluruhan literasi digital memiliki dampak positif karena dapat memberikan pemahaman tentang dasar-dasar memulai usaha serta menginspirasi atau mengembangkan ide-ide kewirausahaan, yang akan menjadikan generasi muda lebih kreatif dan inovatif. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengkaji lebih dalam mengenai faktor lain yang dapat meningkatkan intensi berwirausaha digital serta memperoleh jangkauan data yang lebih luas untuk memperkuat hasil literatur yang telah dikaji.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Akhter, A., Anwarul Islam, K. M., Karim, M. M., & Bin Latif, W. (2022). Examining Determinants of Digital Entrepreneurial Intention: A Case of Graduate Students. *Problems and Perspectives in Management*, 20(3), 153–163. [https://doi.org/10.21511/ppm.20\(3\).2022.13](https://doi.org/10.21511/ppm.20(3).2022.13)
- Alkhalailah, M. Y., Kovács, S., & Kovács, J. K. (2023). Factors Influencing Digital Entrepreneurship Intention Among Undergraduate Business Students in Jordan. *Human Technology*, 19(3), 400–418. <https://doi.org/10.14254/1795-6889.2023.19-3.5>

- Apidana, Y. H. (2021). Pengaruh Literasi Digital, Internal Locus of Control dan Dukungan Akademik Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(5), 666–682. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i5.176>
- Ardyan, E., Boari, Y., Akhmad, A., Yuliyani, L., Hildawati, H., Suarni, A., Anurogo, D., Ifadah, E., & Judijanto, L. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Asmawiyah. (2021). *Meningkatkan Kinerja Usaha dalam Perspektif Kewirausahaan*. Penerbit NEM.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). *Press Conference Survei Internet Indonesia 2023 Tahap 1*.
- Azwar, B. (2013). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention). Studi Terhadap Mahasiswa Universitas Islam Negeri SUSKA Riau. *Jurnal Menara*, 12(1), 12–22.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2024. *Badan Pusat Statistik*, 11(84), 1–28.
- Basmantra, I. N., Bandem, I. G. A. P., & Widhiasthini, N. W. (2023). *Intensi Berwirausaha Generasi Muda Di Lodunduh Ubud Dalam Era E-Business*. 12(3), 251–258.
- Bastomi, M., Hermawan, A., & Handayati, P. (2023). The Effect of Digital Literacy, E-commerce Business Trend, Mobile Payment, Income Expectations on Intention in Digital-Based Entrepreneurship. *Ijafibs*, 11(3), 688–698. [www.ijafibs.pelnus.ac.id](http://www.ijafibs.pelnus.ac.id)
- Dana, M., & Kadeni. (2023). Pengaruh Karakteristik Individu, literasi digital, Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(9), 305–312.
- Emilia, P., & Paramitasari, N. (2023). The Effect of Entrepreneurial and Digital Literacy on Entrepreneurial Intention of High School Student in Bandar Lampung. *Proceeding Internasional Conference on Information Technology and Business (P-ICITB)*, 91–95.
- Fahmi, N. A., Zulkifli, Z., Irwanto, T., Fathurohman, A., & Pratama, I. W. A. (2023). Analysis of The Influence of E-Commerce Use and Digital Literacy Toward Society Intention in Digital Entrepreneurship. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 3(2), 161–167. <https://doi.org/10.57152/malcom.v3i2.919>
- Fiorentina, A., & Rindrayani, S. R. (2022). Pengaruh Literasi Digital Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam E-Business. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 6(2), 304–316. <https://doi.org/10.29408/jpek.v6i2.6681>
- Fitriani, A., & Hermawan, Y. (2024). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi diri, dan Dukungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha. *Student Scientific Creativity Journal*, 2, 188–203.
- Funda, B., & Ali, B. (2017). A Comparative Analysis Regarding the Effects of Financial Literacy and Digital Literacy on Internet Entrepreneurship Intention. *Journal of Entrepreneurship and Development*, 12(2), 27–38. <http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/xmlui/handle/COMU/1789>
- Gunaseelan, K., Subramaniam, T. S., Sern, L. C., Jabor, M. K., & Rathakrishnan, G. (2022). Digital Entrepreneurship among Higher Education Students. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(9), 355–362. <https://doi.org/10.6007/ijarbs/v12-i9/14842>
- Gustmaloe, B., Wibowo, A., & Sebayang, K. D. A. (2024). Pengaruh Literasi Digital dan Motivasi Terhadap Intensi Berwirausaha Digital Dengan Penggunaan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(3), 649–666.
- Hasanah, U. U., & Setiaji, K. (2019). Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam E-Business. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 1–18. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v13i2.17051>
- Heriyani. (2024). *Inovasi Digital: Pemicu Intensi Wirausaha Mahasiswa Universitas Jambi*. 112–120.
- Hutagalung, T. T., & Zahra, S. F. (2023). The Mediating Effect of Self-Efficacy on the Influence of Economic Literacy and Digital Literacy on Digital Entrepreneurship Intentions of Jakarta State University Students. *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 3(2), 186–203. <https://scholarsnetwork.org/journal/index.php/ijeb>

- Inanna, Rahmatullah, Dinar, M., Supatminingsih, T., Hasan, M., & Nurtrida, N. (2023). Influence Digital Literacy and Efficacy Self to Intention Entrepreneurship Generation Millenials. *Quest Journals Journal of Research in Business and Management*, 11(5), 2347–3002. [www.questjournals.org](http://www.questjournals.org)
- Ip, C. Y. (2024). Effect of Digital Literacy on Social Entrepreneurial Intentions and Nascent Behaviours Among Students and Practitioners in Mass Communication. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02587-w>
- Khoiriyah, R., Sudarno, S., & Setyowibowo, F. (2022). Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri dan Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha E-Business Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 10(3), 181–193. <https://doi.org/10.26740/jupe.v10n3.p181-193>
- Kusumaningrum, A., & Kusnendi, K. (2022). Pengaruh Literasi Digital terhadap Intensi Kewirausahaan Digital Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). *JUSIE (Jurnal Sosial Dan Ilmu Ekonomi)*, 7(01), 11–20. <https://doi.org/10.36665/jusie.v7i01.603>
- Laila Arbiah Fajriana, & Muhammad Nur Fietroh. (2023). Dampak Literasi Digital Keyakinan Diri Dan Harapan Pendapatan Terhadap Intensi Berwirausaha Digital Pada Umkm Kecamatan Sumbawa. *Advantage: Journal of Management and Business*, 1(1), 33–38. <https://doi.org/10.61971/advantage.v1i1.1>
- Manda, A., & Iskandarsyah, M. (2012). Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala (Studi Pada Mahasiswa Fakutas Ekonomi Universitas Syiah Kuala). *Eco-Entrepreneurship Seminar & Call for Paper*, 190–197.
- Maudina, A. (2022). Pengaruh Belajar Digital Literasi Dan Entrepreneurship Terhadap Niat Wirausaha Siswa. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 2(2), 145–157. <https://doi.org/10.53067/ijebef.v2i2>
- Maudina, A., Saptono, A., & Pratama, A. (2020). The Effect of Digital Literacy and Entrepreneurs Learning on Students' Entrepreneurial Intention. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Perkantoran, Dan Akuntansi*, 7(4), 120–128. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jpepa/article/download/30198/13419>
- Maulani, A. G. F., Fauziah, N., & Mubarak, T. M. S. (2023). The Effect Of Digital Literacy And E-Commerce Toward Digital Entrepreneurial Intention. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 5(3), 184–191. <https://ejournals.fkwu.uniga.ac.id/index.php/BIEJ/article/view/691>
- Mugiono, Prajanti, S. D. W., & Wahyono. (2020). The Effect of Digital Literacy and Entrepreneurship Education Towards Online Entrepreneurship Intention Through Online Business Learning and Creativity At Marketing Department in Batang Regency. *Journal of Economic Education*, 10(1), 21–27. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Mulyono, L. A., Soetjipto, B. E., & Hermawan, A. (2023). The Relationship Between Entrepreneurship Education And Digital Literacy On Entrepreneurial Intention Through Self-Efficacy As An Intervening Variable. *International Education Trend Issues*, 1(2), 58–65.
- Munthe, Y. U., & Nawawi, Z. M. (2023). Peran Kewirausahaan Berbasis Digital Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 3(1), 12–17. <https://doi.org/10.47467/manbiz.v3i1.1911>
- Mustain, M., Murwani, F. D., & Mukhlis, I. M. (2023). The Effect of Digital Literacy on Entrepreneurial Intention through Entrepreneurial Attitude. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 2(12), 3361–3370. <https://doi.org/10.55927/fjas.v2i12.7066>
- Nuraida, Robbi, M. I. alni K., Pakpahan, V. E. A., Sari, N. L. A. N. I., & Supita, I. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Literasi Digital, Efikasi Diri, dan Inovasi Terhadap Niat Berwirausaha. *Indonesian Educational Administration and Leadership Journal*, 3(2), 1–16.
- Oktaviani, R. F., & Meidiyustiani, R. (2025). *Revealing Digital Literacy of Young Entrepreneurial Intentions : A Case of University Students in Indonesia*. 23, 448–458.
- Onwubuya, U. N., & Odogwu, I. C. (2023). Digital Literacy and Entrepreneurial Intentions of Business Education Students in Tertiary Institutions. *International Journal of Social Sciences and Management Research*, 9(6), 101–112. <https://doi.org/10.56201/ijssmr.v9.no6.2023.pg101.112>

- Rahmah, & Gufron, M. (2023). Pengaruh Literasi Digital Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(7), 684–697. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i7.677>
- Rojoki Manullang, D., & Waspada, I. (2022). Peran Self Efficacy Dalam Memoderasi Pengaruh Digital Literacy Terhadap Entrepreneurial Intention. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 118–129. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v7i2.6797>
- Sidupa, A. M. K., & Saino. (2024). Pengaruh Pembelajaran Bisnis Online Terhadap Intensi Berbisnis Digital Dengan Kompetensi Digital Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(1), 65–77.
- Sitaridis, I., & Kitsios, F. (2024). Digital Entrepreneurship and Entrepreneurship Education: A Review of The Literature. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 30(2–3), 277–304. <https://doi.org/10.1108/IJEER-01-2023-0053>
- Suhartawan, B., Daawia, Nurmaningtyas, A. R., Deni, A., Iriyanto, S. M., Sopiah, S., Naryanti, I., Vanchapo, A. R., Defitri, S. Y., & Barsei, A. N. (2024). *Metodologi Penelitian*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Sulianta, F. (2020). *Literasi Digital, Riset dan Perkembangannya dalam Perspektif Social Studies*. Feri Sulianta.
- Sumardin, S., Larisu, Z., & Sumule, M. (2022). Kompetensi Literasi Digital Pada Mahasiswa Perpustakaan Dan Ilmu Informasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo. *Jurnal Literasi Perpustakaan Dan Informasi: Jurnal Penelitian Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 2(3), 173–183. <https://doi.org/10.52423/jlpi.v2i3.27797>
- Suparno, Suwatno, Saptono, A., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2020). Factors influencing students' intention to establish a digital business (Start-up). *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(8), 73–91.
- Surya, J., Aisyah, S., Kifti, W. M., & Iqbal, M. (2024). *Kewirausahaan, Konsep dan Praktik Bisnis*. Wawasan Ilmu.
- Suryani, S., & Chaniago, H. (2023). Digital Literacy and Its Impact on Entrepreneurial Intentions: Studies on Vocational Students. *International Journal Administration Business and Organization*, 4(2), 16–22. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.261>
- Syafrial, H. (2023). *Literasi Digital*. Nas Media Pustaka.
- Trisianto, M. S., & Noviani, L. (2024). Pengaruh Literasi Digital, Kreativitas, Pendidikan Kewirausahaan, Inovasi, dan Efikasi Diri terhadap Niat Berwirausaha Digital Mahasiswa FKIP UNS. 5(3), 789–801.
- Tumurang, M. (2024). *Metode Penelitian*. Media Pustaka Indo.
- Yulita, Sumiati, A., & Zulaihati, S. (2023). The Influence Of Financial Literacy, Self-Control, And Conformity On Consumptive Behavior In The Use Of Online Food Delivery Applications. *International Research of Multidisciplinary Analysis*, 121–131. <https://doi.org/10.57254/irma.v1i2.26>